Basel, den 2. Januar 1932 XXXII. Jahrgang / No. 1

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Erscheint wöchentlich 8-12 Seiten stark. Abonnementspreis: Fr. 15.— per Jahr, Fr. 8.— per sechs Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 20.— per Jahr.



Redaktion: Dr. HENRY FAUCHERRE. Verantwortlich für Druck u. Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel. Für denselben Dr. Oscar Schär

Inhalt:

Zur Orientierung für neue Leser.

Der Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.), dem die vorliegende Zeitschrift als Organ dient, ist eine Vereinigung von zurzeit 528 Genossenschaften. Er wurde im Jahre 1890 gegründet. Dank seinem ständigen Wachstum hat er sich zu einer sehr bedeutenden Konsumentenorganisation entwickelt.

Der V. S. K. bezweckt, die Konsumkraft der Schweizer Bevölkerung zu organisieren durch Sammlung und Zusammenschluss der auf genossenschaftlicher Grundlage beruhenden schweizerischen Konsumentenorganisationen. Weiterhin hat er sich zum Ziele gesetzt, Anstalten und Betriebe für den Einkauf, für die Produktion oder für die Abgabe von Gebrauchsartikeln zur Deckung des Bedarfes der schweizerischen Konsumenten und befreundeter ausländischer Genossenschaftsverbände zu errichten oder sich an solchen zu beteiligen. Er dient in gleicher Weise zur Verbreitung genossenschaftlicher Aufklärung und Gesinnung in der schweizerischen Bevölkerung und trägt auf internationalem Gebiete zur Förderung genossenschaftlicher Gesinnung und genossenschaftlicher Wirtschaft bei.

Die Organisation ist eine durchaus demokratische. Die oberste Instanz bildet die Delegiertenversammlung der Mitglieder. Jeder Verbandsverein, gleichgültig ob gross oder klein, hat an dieser Delegiertenversammlung eine Stimme.

Die gesamte Verwaltung des V. S. K. geschieht durch drei Verwaltungsabteilungen (Departemente). Neben dem Präsidialdepartement (I) und dem Departement für Warenvermittlung (III) besteht das Departement für Propaganda, Rechts- und Bildungswesen (II). Dieses dient der Auskunft- und Raterteilung, sowie der publizistischen Vertretung der Konsumvereine. Es leiht seine Unterstützung u. a. den Bestrebungen, die auf die Gründung neuer Konsumvereine gerichtet sind. Es besorgt ferner die Redaktion des «Schweiz. Konsum-Vereins», des «Coopérateur Suisse», des «Genossenschaftlichen Volksblattes», von «La Coopération», «La Cooperazione», des «Bulletin» und der «Samenkörner», einer im 19. Jahrgang erscheinenden illustrierten Monatsschrift für Volkswirtschaft.

Die vorliegende Zeitschrift, der «Schweiz. Konsum-Verein», hat wie der «Coopérateur Suisse» die Aufgabe, in erster Linie zu berichten über den V. S. K. und dessen Zweckgenossenschaften, über die gesamte schweizerische Konsumvereinsbewegung im speziellen und die Genossenschaftsbewegung der Schweiz im allgemeinen. Fortlaufend wird der Leser orientiert über das, was in der ausländischen Genossenschaftsbewegung vorgeht, insbesondere über die Arbeit des Internationalen Genossenschaftsbundes.

Grundlegende theoretische Abhandlungen namhafter in- und ausländischer Genossenschaften finden Aufnahme, und ein besonderes Augenmerk wird den Fragen aus der «Genossenschaftlichen Praxis» geschenkt. Ebenso werden Fragen allgemein wirtschaftlicher Natur behandelt.

Die Verbandsorgane erreichten Ende 1931 eine Gesamtauflage von rund 330,000 Exemplaren pro Nummer.

Die Mitgliederzahl der 528 Konsumvereine, die Ende 1931 dem V. S. K. angehörten, beträgt 370,000. Aus den 2300 Läden, die die Verbandsvereine zur Verfügung der Mitglieder halten, bezogen diese für 300 Millionen Waren. An eigenen Betriebsmitteln stehen den Verbandsvereinen ca. 44 Millionen Franken zur Verfügung. Ihr Liegenschaftsbesitz hat einen Wert von ca. 88 Millionen Franken.

Der V. S. K., der sogenannte Konsumverein der Konsumvereine, erzielte im Jahre 1930 einen Umsatz von rund 167 Millionen Franken. Neben diversen kleineren Produktivabteilungen, die er unterhält, bestehen noch besondere Zweckgenossenschaften, von denen vor allem die Schweiz. Volksfürsorge, Volksversicherung auf Gegenseitigkeit, die «Schuh-Coop» in Basel, die Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine in Zürich und die Genossenschaftliche Zentralbank in Basel hervorgehoben seien. Eine Reihe wichtiger Abkommen und Beteiligungen helfen mit, die Güterversorgung der organisierten Konsumenten sicher zu stellen und immer rationeller zu gestalten.

Die vorstehenden Zahlen lassen die Bedeutung, die dem V. S. K. in der schweiz. Volkswirtschaft zukommt, klar erkennen. Seine Tätigkeit in den vergangenen Jahren hat mit aller Deutlichkeit gezeigt, dass die Genossenschaftsbewegung sich auf dem richtigen Wege zur Gesundung der Wirtschaft befindet. Trotz der

ausserordentlich harten den ganzen Wirtschaftskörper angreifenden Krise ist der V. S. K. stark und unerschüttert geblieben. Sein Ziel — die auf demokratischer Grundlage aufgebaute genossenschaftliche Wirtschaftsordnung, in der alles Wirtschaften in den Dienst der Volksgesamtheit gestellt wird — wird er deshalb mit aller Energie und Ueberzeugungskraft weiterverfolgen. Jeder, dem es ernstlich um die Ausschaltung aller profitsüchtigen, nur auf ihren eigenen Vorteil bedachten Elemente aus der heutigen Wirtschaftsordnung geht, der das Wohl jedes einzelnen und damit des ganzen Volkes will, möge sich der Genossenschaftsbewegung anschliessen.



Kettenfirmen in England.

Von Dr. *Wilhelm Grotkopp.*

Die Entwicklung der Kettenfirmen in England ist vor allem deswegen interessant, weil in England die Kettenfirmen sich in einem Einzelhandel durchsetzen müssen, dessen Charakter weitgehend durch die sehr starke Stellung der Konsumgenossenschaften bestimmt ist, weil die Expansion der Kettenfirmen in letzter Zeit sehr stark gestützt wurde durch die Erfahrungen und die Kapitalien amerikanischer Unternehmungen und weil weitgehend die Geschäftsmethoden der amerikanischen Kettenfirmen von den englischen übernommen wurden. Es kann deswegen nicht überraschen, dass die Amerikaner, die glauben, die ganze Welt mit ihrem System der Kettenfirmen beglücken zu müssen, zurzeit ihrer ewigen Prosperität in England Betätigungsmöglichkeiten für die amerikanischen Kettenfirmen sahen und zu diesem Zweck eine besondere Untersuchung über die Möglichkeiten einer Betätigung von Kettenfirmen in England angestellt haben. Die Krisis hat wie auf manchem Gebiet so auch hier einen Strich durch die Rechnung gemacht. Wenn so auch die praktischen Auswirkungen, die die amerikanische Untersuchung haben sollte, zunächst ausbleiben werden, so behält dennoch die Untersuchung ihren Wert, denn sie vermittelt uns einen Einblick in die Geschäftsmethoden und in den Stand der englischen Kettenfirmen. Es ist bezeichnend für das starke Interesse, das man in Amerika diesen Fragen entgegenbringt, dass die betreffende Schrift des U. S. Department of Commerce: Chain-Store Developments in Great Britain sehr bald nach Erscheinen vergriffen und nur sehr schwer aufzutreiben war. Zufällig erhielt ich kürzlich diese Broschüre für einige Tage leihweise zur Verfügung gestellt. Aus ihrem Inhalt sei nachstehend näheres mitgeteilt.

Die Kettenfirmen sind in England jüngeren Datums als die Konsumgenossenschaften. Die Pionierarbeit leistete Sir Thomas Lipton, der zwei Jahrzehnte nach der Tat der Pioniere von Rochdale in Glasgow die erste Kettenfirma aufzog und dabei sich an den Grundsatz hielt, abgepackte und nicht verderbliche Waren auf der Basis des Barverkaufes zu verkaufen. Er ging ferner von der Voraussetzung aus, dass der Masseneinkauf dieser Waren, eine einheitliche Leitung und die eventuelle Eigenproduktion dieser Erzeugnisse von grossem Vorteil sein würden und deswegen angestrebt werden müssen. Noch heute besteht die Firma Lipton, doch sie hat inzwischen ihre Selbständigkeit weitgehend eingebüsst; sie ist nur noch ein kleiner Stein in dem gewaltigen Gebäude des Unilever-Konzerns. Von einer bemerkenswerten Entwicklung der Kettenfirmen kann jedoch erst seit der Nachkriegszeit gesprochen werden, vor dem Kriege entwickelten sich die bestehenden Kettenfirmen nur langsam und allmählich; sie bildeten sich meistens in der Form, dass ein erfolgreicher Einzelhändler neue Läden übernahm, Filialen einrichtete und so allmählich eine Kette von Läden beherrschte. Bedeutsam ist auch für die Entwicklung der Kettenfirmen, dass sehr oft Fabrikanten oder Firmen des Grosshandels Einzelhandelsgeschäfte übernehmen mussten, weil diese zu stark an sie verschuldet waren, wobei die bisherigen Besitzer meistens als Beauftragte oder Angestellte des betreffenden Fabrikanten oder Grosshändlers das Geschäft weiterführen konnten. Die Fabrikanten und Grosshändler legen jedoch sehr wenig Wert darauf, als Eigentümer dieser Läden in Erscheinung zu treten, da selbstverständlich diese ihre Position gegenüber den anderen unabhängigen Einzelhändlern, auf die sie als Kunden angewiesen sind, schwächen würde. Es ist deswegen kaum festzustellen, wie stark die Position der Fabrikanten und des Grosshandels im Einzelhandel ist, die im Einzelhandel so zwangsmässig gebildeten Kettenfirmen können als solche kaum erkannt werden; sie müssen deswegen auch bei den weiteren Betrachtungen unbeachtet bleiben.

Die Untersuchung muss sich auf die Kettenfirmen beschränken, die sich offen und ehrlich als Kettenfirmen zu erkennen geben. Zurzeit bestehen etwa 2200 derartiger Kettenfirmen, die in 25 verschiedenen Branchen ungefähr 32,000 Läden unterhalten. Im Kolonialwarenhandel bestehen 414 Kettenfirmen mit 6000 Läden, während der unabhängige Einzelhandel noch 65,000 Läden besitzt. Sehr stark ist die Stellung der Kettenfirmen im Schlachtergewerbe. Gibt es hier doch 132 Firmen mit 5000 Läden, während die unabhängigen Schlachter über 42,000 Läden verfügen. In der Schuhbranche bestehen 226 Kettenfirmen mit 3600 Läden gegen 53,000 unabhängige. 136 Kettenfirmen sind in der Branche der Apotheken und Drogerien tätig, sie verfügen über 2400 Läden, während an unabhängigen Geschäften 12,000 bestehen. Hinzu kommen Kettenfirmen im Buchhandel mit 2100 Läden, im Bäckereigewerbe mit 1520 Läden, in der Herrenkonfektion mit 1470 Läden, in der allgemeinen Konfektion mit 1200 Läden und im Milchgeschäft mit 1300 Läden.

Geschäftsprinzipien.

Die Kettenfirmen aller Branchen haben selbstverständlich den Einkauf weitgehend zentralisiert; denn Masseneinkauf und Ausschaltung des Zwischenhandels bringen doch sehr wesentliche Vorteile mit sich. So ist zugleich den Kettenfirmen ein grosser Einfluss auf die Festsetzung der Preise gegeben, ein Einfluss, den sie unter dem Gesichtspunkt der Preisstabilisierung auszunutzen versuchen. Die mit dem Grosseinkauf gegebenen Nachteile werden nach der Meinung der englischen Kettenfirmen durch diese Vorteile aufgehoben. Die Nachteile sind am geringsten, die Vorteile am stärksten, wenn es sich um standardisierte Waren handelt. Viele Kettenfirmen beschränken neuerdings den Einkauf durch die Zentrale auf diese standardisierten Waren, überlassen es dem Leiter der einzelnen Filialen die Waren selbst zu kaufen, die speziell von ihrem Kundenkreis verlangt werden.

Bei der Neueröffnung einer Filiale geht man genau so wie in Amerika streng wissenschaftlich vor. Man nimmt genau Statistik auf über den Verkehr an

den Stellen, wo eine Filiale neu errichtet werden soll, verschafft sich Informationen, mit welchen Neubauten in nächster Zeit zu rechnen ist, wer als Mieter für diese Neubauten in Frage kommt und erhält so insgesamt ein relativ zuverlässiges Bild über die Absatzmöglichkeiten. Die Kettenfirmen bevorzugen vor allem die Vororte der grossen Städte, wo sich ähnlich wie in Amerika Einkaufszentren bilden, wo jede einzelne Kettenfirma durch einen Laden vertreten ist.

Eine besondere Bedeutung messen die Kettenfirmen der Frage der Stellung des Filialleiters zu. Im allgemeinen sind die Filialleiter voll verantwortlich für die äussere Aufmachung des Ladens, für den Warenbestand und für ihr Personal. Die Tageseinnahmen haben die Filialleiter täglich oder mehrmal wöchentlich bekanntzugeben und abzuliefern. Die über das ganze Land verbreiteten Kettenfirmen haben Distrikte gebildet, die die Zwischeninstanz zwischen den Läden und der Zentrale bilden. Besondere Beamte kontrollieren die zu dem betreffenden Distrikt gehörenden Filialen und nehmen auch sonst die Interessen der Firma in dem betreffenden Distrikt wahr.

Es wurde schon oben kurz erwähnt, dass die englischen Kettenfirmen in ihrer Preispolitik vor allem auf eine Stabilisierung der Preise bedacht sind. Diese Politik ist eine Reaktion auf die Preisunterbietungen, die scheinbar in England eine sehr starke Bedeutung gehabt, aber zu einer selbstmörderischen Konkurrenz und zu dem Verkauf minderwertiger Qualitäten geführt hatte. Um übertriebene Preisunterbietungen zu verhindern, wird von einer besonderen Organisation monatlich eine Liste der Firmen zusammengestellt, die eine derartige selbstmörderische Politik der Preisunterbietungen betreiben. Insbesondere durch einen Druck seitens der Fabrikanten und des Grosshandels versucht man, auf die die Preise allzusehr unterbietenden Firmen einzuwirken, um sie für eine Politik der stabilen Preise zu gewinnen. Diese Bemühungen sind scheinbar nicht ohne Erfolg gewesen.

Durch die ständige Ausdehnung der Kettenfirmen sind gewisse Gegensätze zwischen den Kettenfirmen, dem Grosshandel, den Fabrikanten und dem unabhängigen Einzelhandel entstanden, Gegensätze, die für jedes Land typisch sind und nicht weiter überraschen können. Der Grosshandel kämpft vor allem dagegen, dass die Fabrikanten die Kettenfirmen direkt beliefern, und hat teilweise die Fabrikanten gezwungen, den Weg weiterhin über den Grosshandel zu gehen. Der unabhängige Einzelhändler wiederum will die Fabrikanten und die Grosshändler zwingen, die Kettenfirmen und die Konsumgenossenschaften nicht zu beliefern. Teilweise haben die Kettenfirmen jedoch schon eine so starke Position, dass sie diktieren können und die Grosshändler zu Einkaufsagenten degradiert haben. Anderseits hat jedoch der Grosshandel selbst, teils gezwungen wie oben erwähnt, teils freiwillig, eigene Kettenfirmen errichtet. Die Fabrikanten haben zuerst das Aufkommen der Kettenfirmen wie auch der Konsumgenossenschaften begrüsst, weil ihnen so die Möglichkeit gegeben war, an eine einzelne zahlungsfähige Instanz grosse Mengen abzusetzen, doch, seitdem die Konsumgenossenschaften wie auch die Kettenfirmen zur Eigenproduktion übergegangen sind, hat sich die Position der Fabrikanten wesentlich geändert. Das Verhältnis zwischen Kettenfirmen, Grosshandel, Fabrikanten und auch dem unabhängigen Einzelhandel ist so verschiedenartig, dass es unmöglich ist, eine einheitliche Formel zu prägen. Bald besteht das beste Einverständnis, bald aber auch der schärfste Kampf.

Die Kettenfirmen haben anfangs an dem Prinzip festgehalten, die Ware nicht ins Haus zu liefern. Von diesem Prinzip mussten sie jedoch in letzter Zeit abweichen, denn die Lieferung ins Haus seitens der unabhängigen Einzelhändler schwächte zu sehr die Position der Kettenfirmen. Trotz der hohen damit verbundenen Kosten haben sich die meisten Kettenfirmen prinzipiell bereit erklärt, die Ware ins Haus zu liefern, falls der Kauf eine bestimmte Summe übersteigt. Einige Kettenfirmen haben jedoch die Lösung dieser schwierigen und heiklen Frage der Weisheit und Geschicklichkeit dem Filialleiter überlassen. Interessant sind einige neue Verkaufsformeln, die sich unter dem Zwang des Raummangels in den grossen Städten entwickelt haben. Ein Warenhaus in Manchester verkauft viele Waren ähnlich wie auf einer Messe gemäss einem vorliegenden Gebrauchsmuster, lässt aber die Belieferung des Kunden mit den Waren von einem besonderen Versandhaus aus geschehen. Eine ähnliche Form hat auch ein grosses Warenhaus in London gewählt, da eben das im Zentrum Londons gelegene Warenhaus nicht über so viel Räume verfügt, dass dort alle Waren in ausreichenden Mengen gelagert werden können. Das Warenhaus hat deswegen ein besonderes Versandhaus drei Meilen nordwestlich von London errichtet, von wo aus die Waren an die Käufer versandt werden. Man nimmt an, dass infolge der teuren Grundstückpreise in den Geschäftszentren diese Belieferung der Kunden von entfernten Plätzen aus sich immer mehr durchsetzen wird. Diese Methoden kommen jedoch selbstverständlich nur für Warenhäuser in Frage, während Kolonialwarenkettenfirmen noch nicht zu diesen Massnahmen schreiten müssen.

Billige Preise waren einst für die englischen Kettenfirmen das wichtigste Propagandamittel. Doch diese Propagandamöglichkeit ist kaum noch gegeben, denn die gezahlten Preise sind fast überall die gleichen und gegen Preisunterbietungen wird eingeschritten. Es mussten somit andere Werbemöglichkeiten gefunden werden. Als ein Hauptmittel der Werbung wird heute die Ausstattung der Läden und Fenster angesehen. Es wird ähnlich wie in Amerika die Standardisierung in der Ausstattung der Läden, insbesondere der Fenster und der Ladeneinrichtung, angestrebt, um so auf das kaufende Publikum zu wirken. Doch innerhalb eines standardisierten Rahmens sind noch immer sehr starke Ausbaumöglichkeiten gegeben, über die von besonderen Bureaus aus den Filialleitern Vorschläge unterbreitet werden. Sehr ausgiebig werden die durch Zeitungsanzeigen gegebenen Propagandamöglichkeiten ausgenutzt. Insbesondere wird in der lokalen Presse inseriert, denn es hat sich gezeigt, dass die lokale Presse jeder betreffenden Stadt unterstützt werden muss, wenn eine Kettenfirma sich in einer Stadt durchsetzen will. Auch die Kinos und die Plakatsäulen werden zu Propagandazwecken benutzt, während es anderseits den Amerikanern unverständlich ist, dass das Radio noch nicht als Propagandamöglichkeit ausgenutzt wird, weil im Gegensatz zu Amerika das Radio von der Regierung beherrscht wird und diese Propagandamöglichkeiten durch das Radio nicht zulässt.

Ueber die Unkosten der englischen Kettenfirmen unterbreitet die amerikanische Broschüre wenig Ma-

terial, das nur den Schluss zulässt, dass über diese so wichtige Frage in England wenig Material veröffentlicht worden ist. Die einzigen veröffentlichten Zahlen beziehen sich auf Kettenfirmen im Schlachtereigewerbe und auf Warenhäuser. Die Zahlen über das Schlachtereigewerbe lassen deutlich erkennen, dass die Kettenfirmen dem unabhängigen Einzelhandel kaum überlegen sind, dass aber die Konsumgenossenschaften den beiden anderen Wirtschaftsformen weit überlegen sind. Bei unabhängigen Einzelhändlern des Schlachtereigewerbes, die je weniger als acht Läden haben, beläuft sich der Gesamtprofit auf 18,9% des Umsatzes, die Unkosten betragen 14,4%, wobei für den Besitzer ein Lohn von 1,6% in Rechnung gestellt wird, sodass sich ein Nettoprofit von 4,5% ergibt. Bei kleinen Kettenfirmen, die je weniger als acht Läden haben, beläuft sich der Gesamtprofit auf 22,1% und der Nettoprofit auf 4,7%. Bei grossen Kettenfirmen mit je mehr als acht Läden betragen die Ziffern 24,2 und 3,6%, bei den Konsumgenossenschaften 25,2% und 11,7%. Besonders bemerkenswert ist, dass die Unkosten bei den Konsumgenossenschaften weit geringer sind als im privaten Einzelhandel, nur 13,5% betragen gegen 20,6% bei den grossen Kettenfirmen, die ja am ehesten mit den Konsumgenossenschaften verglichen werden können. Die Zahlen über die Unkosten der Warenhäuser beziehen sich auf die Jahre 1914 und 1922. Es beliefen sich hiernach die Gesamtunkosten der Warenhäuser auf 19,3% des Umsatzes, und zwar für das Jahr 1922. Der Hauptunkostenfaktor sind Gehälter und Löhne in Höhe von 9,7% des Umsatzes, es folgten u. a. Reklame mit 3,2%, Miete und Steuern mit 1,4%, Transport und Aehnliches mit 1,7%, Abschreibungen mit fast 1%.

Konzernbildungen.

Besonders charakteristisch für die neueste Entwicklung der englischen Kettenfirmen ist der Zusammenschluss bestehender Kettenfirmen zu grossen Konzernen. Diese Entwicklung ist besonders für Warenhäuser und für die Kolonialwarenbranche festzustellen. So haben sich einige Warenhauskonzerne gebildet, die über 20—60 Warenhäuser in ganz England verfügten. An der Konzernbildung in der Lebensmittelbranche ist massgebend der Unilever-Konzern beteiligt, der im Juli vorigen Jahres zu einem grossen Schlag auszuholen versuchte, sich um die Bildung eines grossen Konzerns bemühte, der einheitlich die Kettenfirmen, die schon unter dem Einfluss des Unilever-Konzerns stehen, und die unabhängige Firma The International Tea Company's Stores zusammenfassen sollte. Die Bedeutung dieser beabsichtigten Gründung geht am deutlichsten aus der Höhe des Aktienkapitals hervor, das nicht weniger als 12,3 Millionen Pfund betragen sollte. Die Bildung dieses geplanten Trustes scheiterte jedoch, was in Ergänzung der Angaben der amerikanischen Broschüre mitgeteilt sei, in letzter Minute an dem Widerstande der International Tea, die befürchtete, dass von Seiten des Unilever-Konzerns auf die neue Firma ein vom Standpunkt des Einzelhandels aus ungünstiger Einfluss ausgeübt würde. Wenn auch so dieser Plan zunächst noch einmal zurückgestellt werden musste, so haben doch anderseits die Verhandlungen deutlich gezeigt, dass heute der Unilever-Konzern auf die englischen Kettenfirmen und somit auf das englische Lebensmittelgeschäft einen sehr starken Einfluss ausübt, dass viele von diesen Kettenfirmen, die so stolz über ihre Erfolge berichten, heute nicht mehr unabhängig sind. Es wird behauptet, dass der Unilever-Konzern Firmen beherrscht, die über 4600 Läden verfügen, während in der amerikanischen Statistik die Zahl der Läden der Kettenfirmen auf 6000 angegeben wird. Die massgeblichen, vom Unilever-Konzern beherrschten Firmen sind: Home and Colonial Stores, Meadow Dairy, Lipton und Maypole Dairy. Diese Kettenfirmen sind z. T. wiederum Holdinggesellschaften von anderen, sodass noch andere bekannte Kettenfirmen zum Unilever-Konzern gehören, wie z. B. Pearks Dairies, Sherry's Dairy, Brough's Ltd, Neal's Tea und Lovell and Christmas. Besonders interessant ist die Abhängigkeit der Maypole Dairy vom Unilever-Konzern, denn die Maypole Dairy berichtete noch ein Jahr vor Verlust ihrer Selbständigkeit von den grossen Erfolgen ihrer Margarinefabrikation. Nach Verlust der Selbständigkeit hat die Maypole Dairy die umfangreichen Interessen in der Margarinebranche aufgeben müssen. An das Schicksal der Eigenbetriebe der Maypole Dairy hat wohl die International Tea gedacht, als sie während der Verhandlungen um die Bildung des Riesenkonzerns die Behauptung aufstellte, dass der Unilever-Konzern die Eigenproduktion des Einzelhandels ablehne und deren Einstellung erzwingen werde. Die International Tea verlangte deswegen besondere Sicherheiten, worüber jedoch eine Einigung nicht herbeigeführt werden konnte. Diese starke Stellung des Unilever-Konzerns im englischen Einzelhandel verdient weitgehende Beachtung, beherrscht er doch jetzt schon in England ¾ der Kettenfirmen der Lebensmittelbranche, stiess er doch bezeichnenderweise beim Eindringen in den Einzelhandel nur einmal auf stärkeren Widerstand. Man darf wohl annehmen, dass der Unilever-Konzern auch für den Einzelhandel anderer Länder Interesse zeigen wird und die hierüber oft verbreiteten Nachrichten weitgehend zutreffen.

Und die Konsumgenossenschaften?

Die in der Ueberschrift gestellte Frage soll uns an dieser Stelle nur so weit interessieren, wie sie in der Schrift des amerikanischen Department of Commerce behandelt wird. Auf die Wiedergabe der sachlichen Angaben über die Entwicklung der Konsumgenossenschaften können wir wohl verzichten, es sei nur die Angabe wiedergegeben, dass auf die Konsumgenossenschaften $^{1}/_{12}$ des englischen Detailhandels entfällt. Wohl aber sei kurz auf die Bemerkungen über das Konkurrenzverhältnis zwischen Konsumgenossenschaft und Kettenfirmen eingegangen. Es heisst einleitend: «Die gewaltigen Aenderungen im Detail- und Grosshandel Englands sind wesentlich beeinflusst worden durch den scharfen Konkurrenzkampf zwischen den Kettenfirmen und den Konsumgenossenschaften. Beide Gruppen sind sehr gut organisiert und kontrollieren zu einem grossen Teil die Produktion der von ihnen verkauften Waren.» Nach der Meinung der amerikanischen Autoren hat sich dieser Konkurrenzkampf bei den Konsumgenossenschaften vor allem dahin ausgewirkt, dass die Konsumgenossenschaften stärker als bisher auf die Interessen des Mittelstandes Rücksicht nehmen, der ja vor allem von Kettenfirmen erfasst wird, dass die Konsumgenossenschaften in der Kreditfrage ihren Mitgliedern mehr Entgegenkommen zeigen als bisher und dass sie im Verkauf und in der Aufmachung der Läden modernere Methoden anwenden. Die Kettenfirmen sind anderseits durch die starke Konkurrenz der Konsumgenossenschaften gezwungen worden, den ständig bei ihnen kaufenden Kunden einen festen Rabatt zu sichern,

weil eben das System der Rückvergütung sich als ein besonders günstiges Propagandamittel der Konsumgenossenschaften erwiesen hat. Die Amerikaner sehen selbstverständlich dieses Problem des Konkurrenzkampfes einseitig, sie werten die Konsumgenossenschaften nur unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten, so dass man nicht verlangen kann, dass die amerikanischen Autoren ein umfassendes Bild vom Verhältnis der Kettenfirmen zu den Konsumgenossenschaften geben. Aber die betriebswirtschaftlichen Probleme treten sowohl in der kurzen Gegenüberstellung der Konsumgenossenschaften und der Kettenfirmen wie auch in der Darstellung der Kettenfirmen klar in Erscheinung.



Ein Weckruf an die Jugend.

Die «Co-operative News» veröffentlichen in ihrer Ausgabe vom 17. Oktober den folgenden Weckruf an die Jugend, sich der Genossenschaftsbewegung anzuschliessen:

«Schart Euch in der Genossenschaftsbewegung! Unterstützt sie mit Eurem Intellekt und Eurer Tatkraft! Helft sie erweitern! Wenn sie den ganzen Staat umfassen würde, so würde dies niemand zum Schaden gereichen; denn wenn das Genossenschaftswesen die Türen der Privatläden schliesst und einen neuen Laden an dessen Stelle setzt, stellt es neues Personal ein und nimmt dasjenige solcher Läden in den meisten Fällen zu besseren Bedingungen und gesicherteren Aussichten wieder auf. Die Arbeiter in der Genossenschaftsbewegung sind im schlimmsten Falle mit Löhnen bedacht, die ihnen zu einem annehmbaren Leben verhelfen; sie haben erträgliche Arbeitsstunden und arbeiten unter guten Bedingungen; ihre Arbeitsstätten sind gesund und werden beständig verbessert. Im besten Falle ist der genossenschaftliche Angestellte frei von der Sorge um launenhafte Entlassungen und der Furcht vor einem ungeschützten Alter und hat obendrein soziale Vergünstigungen in einem Maße, welches bisher in der kommerziellen Welt unbekannt war. Abgesehen hiervon, bieten sich innerhalb der Genossenschaftsbewegung Vorteile, die ebenso günstig sind wie in der übrigen Handelswelt. Jede Abteilung ist erweiterungs- und entwicklungsfähig, und da es für eine gute Idee zu arbeiten gilt — den Glauben an ein besseres Sein der Menschheit — und überdies keine Opfer durch die Aufgabe persönlicher Rechte zu bringen sind, ist die Genossenschaftsbewegung die ideale Bewegung für die Jugend!

In einer andern Ausgabe schreiben die «Co-op. News» über die Wichtigkeit strikterer Befolgung der genossenschaftlichen Grundsätze: «Wenn die Bewegung auf einer hundertprozentigen Einhaltung ihrer Prinzipien bestanden hätte, so wäre sie wahrscheinlich viel schneller gewachsen. Viele Vielläden verfügen über ihre eigenen Werke. Ihre Einkäufer dürfen nicht von aussenstehenden Firmen kaufen — ein grosser Kontrast zur Genossenschaftsbewegung. Das Genossenschaftswesen verfolgt das Prinzip der Freiwilligkeit, aber die Freiheit kann in einer Weise zur Anwendung kommen, dass die «Politik» der Bewegung gefährdet wird. Die Gegner haben dies bereits gemerkt. Sie weisen auf die Genossenschaftsbewegung hin als auf einen Riesen mit Füßen im Lehm. Wir müssen unnachgiebiger sein als Lehm». «Der Wert der von der Bewegung in Grossbritannien erzeugten Güter beträgt etwa £ 70,000,000 im Jahre. Hiervon entfallen auf die C. W. S. ungefähr £ 30,000,000, auf die Konsumgenossenschaften £ 35,000,000 und auf die Produktivgenossenschaften zirka £ 4,000,000. Wir müssen diese Zahlen vergrössern; und dies kann nur dadurch geschehen, dass wir unseren eigenen Genossenschaften treu sind. Jedes Pfund Sterling, das ausserhalb der genossenschaftlichen Abgabestelle für Güter verausgabt wird, schwächt die Genossenschaft, und jedes Pfund Sterling, mit welchem die Grosseinkaufsgesellschaft übergangen wird, schwächt diese. Die Genossenschaftsbewegung muss ihrem Standard gerechter werden. Ihre Organisationen müssen ihr Dasein rechtfertigen. Bessere Resultate würden sich aus erhöhter Treue und regerem Genossenschaftshandel ergeben.»

Vorläufige Erledigung der Frage der Statutenrevision des V.S.K.

(Hn.-Korr.) Die Verwaltungskommission hatte auf Sonntag, den 13. Dezember, den Aufsichtsrat, die Mitglieder der Kreisverbände und die Revisoren zu einer Aussprache über den gegenwärtigen Stand und das Vorgehen in der Frage der Statutenrevision des Verbandes eingeladen. 20 Aufsichtsräte, 64 Mitglieder der Kreisverbände und 5 Revisoren waren erschienen. Auch die Verwaltungskommission war vollzählig anwesend. Der Präsident der letzteren, Herr Dr. B. Jaeggi, gab nach kurzer Begrüssung in prägnanten Zügen einen Ueberblick über den ganzen Fragenkomplex. Anfangs September dieses Jahres, so führte Herr Dr. B. Jaeggi aus, hat die Verwaltungskommission den Organen des Verbandes und den Verbandsvereinen den neuen Entwurf zur Revision der Statuten zugestellt. In den Herbstkonferenzen aller Kreisverbände ist der Entwurf eingehend beraten worden. Die diesbezüglichen Verhandlungen wurden im «Konsum-Verein» publiziert. Ueberall machten sich Stimmen für und gegen die neuen Statutenbestimmungen geltend. Die Verbandsleitung ist der Auffassung, dass das Grundgesetz nur dann geändert werden dürfe, wenn ein Bedürfnis und eine grosse Mehrheit hiefür vorhanden sind. Wie die Verhältnisse heute liegen, ist die Möglichkeit nicht ausgeschlossen, dass sich für die neuen Statuten auch eine Mehrheit fände. Dagegen macht sich innerhalb vieler Vereine eine Opposition geltend. Es hat deshalb keinen Zweck, einen Kampf heraufzubeschwören, indem anderseits die Gedanken, welche den neuen Statutenbestimmungen zu Grunde liegen, in anderer Form doch verwirklicht werden können, dies umsomehr, als überall erfreulicherweise ein guter Geist herrscht, welcher die Entwicklung der Vereine und das Weitergedeihen des Verbandes verbürgt.

Herr Dr. B. Jaeggi kommt auf die hauptsächlichsten Abänderungsvorschläge der Statuten zurück. Der neue umstrittene **§ 2** will an Stelle der alten Parteipolitik eine neue Auffassung und Umschreibung der Wirtschaftspolitik. Die Auslegung des jetzigen Artikels ist sehr verschieden. Herr Dr. B. Jaeggi glaubt jedoch, auch mit dem Wortlaut des alten *§ 2* auszukommen. Er baut auch in Zukunft auf den gesunden Menschenverstand. Keine Mehrheit wird einer grossen Minderheit eine Meinung aufoktroieren, welche mit der genossenschaftlichen Entwicklung nichts oder wenig zu tun hat.

Auch ohne die neue Fassung wird immer das zustande kommen, was im Interesse des Verbandes und der Vereine liegt.

Der § 17 sieht die Bezugspflicht vor. Diese Bestimmung ist sehr wichtig. Viele Vereine fürchten — wohl unbegründet — um ihre Selbständigkeit. Auf dem Wege der Freiwilligkeit wurde jedoch überall einer Stärkung des Verbandes durch vermehrte Bezüge der Vereine das Wort geredet. Die Bezugspflicht ist eine Erziehungsfrage. Mit gutem Willen und aus freien Stücken und nicht durch Zwang soll der Mensch an die Erfüllung seiner Pflichten gehen. Herr Dr. B. Jaeggi hofft, dass auch ohne eine Aenderung des Artikels 17 in Zukunft viele Vereine in beidseitigem Interesse immer mehr und mehr den eigenen Verband als einzige Einkaufszentrale betrachten.

Aehnlich verhält es sich mit dem Obligatorium der Verbandspresse. Auch hier wird an die Einsicht der Vereine und die Notwendigkeit des vermehrten Kontaktes zwischen Vereinen und Mitgliedschaft durch das Mittel der genossenschaftlichen Blätter auf dem Wege der Freiwilligkeit appelliert.

Bezüglich der Revision der Verbandsvereine liegen die Verhältnisse so, dass nach den alten Statuten die Revision veranlasst werden kann, sofern es die Verwaltungskommission als notwendig betrachtet. Die Verwaltungskommission ist heute der Auffassung, dass die Verhältnisse sich so gestaltet haben, dass eine Veranlassung zur Vornahme einer Revision jederzeit konstruiert werden kann.

Die anderen Aenderungsvorschläge, Grösse der Delegiertenversammlung, des Aufsichtsrates usw. spielen heute für die Entwicklung des Verbandes keine ausschlaggebende Rolle.

Diese Gründe legte die Verwaltungskommission in ihrem Bericht nieder, welcher dem Jahresbericht des V. S. K. pro 1931 beigefügt wird. Demnach soll davon Umgang genommen werden, die Statutenrevision an der Delegiertenversammlung des Jahres 1932 vorzunehmen. Die Zurücklegung des Entwurfes soll jedoch nicht auf lange Sicht erfolgen, sondern vorläufig. In dem Moment, wo die Verhältnisse es gestatten, soll er wieder hervorgeholt und vielleicht noch erweitert werden. Wie alles in der Welt, wird inzwischen auch der neue Statutenentwurf eine gewisse Reife erhalten.

Gegenwärtig gehen viele privatwirtschaftliche Fabrikations- und Handelsbetriebe neue Wege. Auch der Verband wird prüfen müssen, wie er der Konkurrenz standhalten kann. In der Warenvermittlung wird, ob wir wollen oder nicht, ob freiwillig oder durch Uebernahme einer Pflicht, eine Konzentration der Kräfte anzuordnen sein.

Der Gedanke der Genossenschaft, in der die Menschen sich zusammenfinden, um eine Gemeinschaft zu bilden, ist ein guter. Theorie allein führt jedoch nicht zum Ziel. Sie muss sich mit der Praxis finden und dadurch die Leistungsfähigkeit der genossenschaftlichen Betriebe steigern.

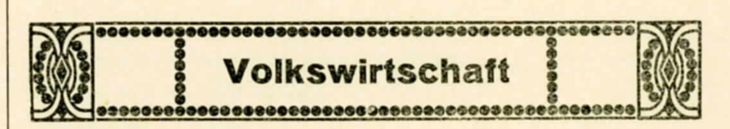
Die Ausführungen des Herrn Dr. Jaeggi ernteten reichen Beifall. Herr Zentralverwalter Angst vom A. C. V. Basel berichtete über die Verhandlungen des Aufsichtsrates am Vorabend. Er bedauert, dass die Bezugspflicht zurückgestellt wurde. In ähnlicher Weise äussert sich in einem temperamentvollen Votum Herr Verwalter Schlatter aus Schaffhausen, indem er treffend die genossenschaftliche und gewisse privatwirtschaftliche Handelsmethoden einander gegenüberstellt.

Einmütig wurde hierauf der von Herrn Jaeggi vorgelegten Entschliessung der Verwaltungskommission zugestimmt:

«Die beratende Konferenz des Aufsichtsrates des V. S. K., der Kreisverbände und der Rechnungsrevisoren, versammelt am 13. Dezember 1931 im Freidorf, nach Entgegennahme des Berichtes der Verwaltungskommission über den Revisionsentwurf der Statuten und die bezüglichen Verhandlungen der Herbstkonferenzen und nach Kenntnisnahme des schriftlichen Berichtes, der im Jahresbericht 1931 veröffentlicht wird, genehmigt das Vorgehen der Verwaltungskommission und den unterbreiteten Bericht.»

Ferner stimmt die Konferenz folgendem Antrag des Herrn Mächler, Uzwil, bei:

«Die Konferenz der Verwaltungskommission, des Aufsichtsrates, der Kreisvorstände und der Revisoren des V. S. K. vom 13. Dezember 1931 im Freidorf erachtet eine weitgehende Konzentration des Wareneinkaufs beim Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) als eines der wirksamsten Mittel zur Erhöhung und Förderung der Leistungsfähigkeit der Verbandsvereine; sie appelliert deshalb an die Vereinsverwaltungen, sie möchten ihre Einkäufe inskünftig noch in vermehrtem Masse durch den Verband besorgen lassen.»



Ende der Goldwährung?

Treibt die Goldwährung dem Ende zu? Von den neunzehn Währungen des Zürcher Kurszettels ist die Mehrzahl schon vom Golde gelöst und andere, die, wie die deutsche und italienische, noch offiziell am Golde festhalten, notieren so schlechte Kurse, dass sie praktisch keine vollwertige Goldwährung mehr darstellen. Von neun weiteren Währungen ist die Kursnotierung zurzeit wegen der Devisenzwangswirtschaft eingestellt und diese Zwangswirtschaft ist nur eine Verschleierung für die Aufhebung der Goldwährung. Vor wenigen Tagen hat auch Japan die Goldwährung fahren lassen, und damit ist die Goldwährung praktisch in ganz Asien suspendiert. Die Geltung der Goldwährung beschränkt sich zurzeit auf die Vereinigten Staaten, Frankreich, Holland und die Schweiz.

Wenn die Behauptung so vieler Gegner der Goldwährung richtig ist, dass nur die Goldwährung den Wert des Goldes aufrecht erhält, dann sollte jetzt bald ein gewaltiger Preissturz des Goldes eintreten, da dem Goldpreis die Stütze der Goldwährung auf mehr als vier Fünfteln der Erdoberfläche entzogen ist. Vorläufig ist noch nichts davon zu merken, und aus England kommt sogar die Nachricht, dass die Goldminenbesitzer zum Teil die Aufhebung der Goldwährung ganz gern gesehen haben, denn sie zahlen Zinsen, Gehälter und Löhne weiter in Papiergeld, während sie für ihr Produkt, das Gold, einen weit höheren Preis bekommen.

Der heute in der ganzen Welt spürbare Druck der Preislage auf Löhne und Gehälter wird durch das Fallenlassen der Goldwährung in so vielen Ländern künstlich verschärft. Die Entwertung der Wäh-

rung ist eine verschleierte Herabsetzung der Löhne und Gehälter, die auch in den Goldwährungsländern zur Nachahmung zwingt. Weil England heute seine Kohlen immer billiger anbieten kann, mussten die deutschen Kohlenarbeiter soeben wieder zehn Prozent Lohnabbau schlucken, und dabei geht die wirkliche Herabsetzung der Löhne meist noch weit über das in der Oeffentlichkeit bekannt gewordene Mass hinaus.

Die Abkehr Japans von der Goldwährung muss den schweizerischen Export nach Japan und Ostasien verschlechtern, und jede Verschlechterung des Exports setzt sich heute auch bei uns in einen Druck auf die Preise und Löhne um. Die Abkehr Englands von der Goldwährung hat Frankreich veranlasst, seine eigene Produktion durch verstärkten Zollschutz und durch die Einführung von Einfuhrkontingenten zu schützen, und diese Gegenwehr kehrte sich fataler Weise auch sogleich gegen die Schweiz, der dadurch die Käseausfuhr nach Frankreich völlig unterbunden wurde. Für die ganze nichtenglische Welt war Englands Preisgabe der Goldwährung eine Pandorabüchse, aus der bisher nichts als Unheil gekommen ist.

Dennoch arbeiten in manchen Ländern viele Leute mit fanatischem Eifer an der Entthronung des Goldes, und in Deutschland sind diese Leute sogar so mächtig, dass sie über kurz oder lang in die Lage kommen dürften, ihr Ideal zu verwirklichen. Wie alle Nationalisten, so sehen auch die deutschen Nationalisten das internationale Gold mit scheelen Augen an und sehnen sich nach einem echt nationalen Papiergeld. Im Programm der deutschen Nationalsozialisten spielt daher die Abschaffung der Goldwährung eine erste Rolle.

Und es ist fraglich, ob der deutsche Nationalsozialismus die Goldwährung beibehalten könnte, selbst wenn er sie beibehalten wollte. Der Nationalsozialismus tendiert zum Krieg, zum mindesten zum Risiko eines Krieges. «Moderne Kriege, sagte schon vor dem Weltkriege ein grosser deutscher Finanzmann, können nur noch durch Papiergeld finanziert werden.» Der Mann hat bereits im Weltkriege recht bekommen, denn die Riesenausgaben des Weltkrieges haben sich nirgendwo ohne Zuhilfenahme der Notenpresse aufbringen lassen. In Zukunft würde er aber noch viel mehr Recht bekommen. Denn der Staatskredit ist heute ruiniert, die kriegslustigen Regierungen werden nicht einmal bei den eigenen Völkern, geschweige denn im Ausland Anleihen aufnehmen können. Die Steuerschraube so weit anzuziehen, dass sie die Kriegsausgaben deckt, ist unmöglich, wenn man nicht der Mehrheit der Steuerzahler das Kriegführen sehr schnell verleiden will. Zur Beschaffung der Mittel zum Kriegführen bleibt gar nichts anderes als die Notenpresse übrig.

Bei Beginn des Weltkrieges musste die Goldwährung in allen kriegführenden Ländern aufgehoben werden, weil sich Krieg und Goldwährung nicht mit einander vertragen und heute muss das kriegführende Japan die Goldwährung aus dem gleichen Grunde fahren lassen. Ein Staat, der die Goldwährung festhalten will, kann nur Krieg führen, wenn und so lange er über wohlgefüllte Kassen verfügt. Mit Hilfe des Papiergeldes kann aber auch ein Staat mit leeren Kassen einen Krieg riskieren. In der Vergangenheit haben fast alle langwierigen Kriege zu Verschlechterungen des Metallgeldes geführt, in Zukunft werden sie zweifellos zu Papiergeldinflationen führen. Aus diesem Grunde begreift es sich, warum alle kriegslüsternen Parteien so schlecht auf die internationale Goldwährung zu sprechen sind und ihr eine nationale Papierwährung vorziehen wollen.

Es ist daher ein schlechtes Omen für den Weltfrieden, dass die Goldwährung so viel angefeindet wird und dass sie immer mehr an Boden verliert. Dass die Goldmünzen aus der Zirkulation völlig verdrängt sind, ist eine Erleichterung des Ueberganges zum Kriege, denn sie beseitigt jeden Widerstand gegen die Einstellung der Goldeinlösung und die Beschaffung der Kriegsausgaben durch den Notendruck.

Für den Weltfrieden wäre es zweifellos weit besser, wenn man zu dem früheren System der Abgabe von Goldmünzen an das Volk zurückkehren würde. Die riesigen Goldvorräte, die die Notenbanken heute ansammeln, sind in Wahrheit ein Kriegsschatz, der ebenfalls den Regierungen das Kriegführen erleichtert. Wenn das Gold dagegen in den Händen des Volkes wäre, so könnte es nicht zur Finanzierung der Kriegsausgaben nutzbar gemacht werden.

Aber trotzdem will man von der Wiederherstellung des Goldmünzenumlaufs nichts wissen. So lange man aber den Frieden der Welt nur durch Worte sichern will und alle praktischen Einrichtungen so belässt, dass das Kriegführen so leicht als möglich gemacht ist, wird man sich nicht von der ewigen Dauer des Weltfriedens überzeugt halten dürfen.





Allgemeiner Plan für einen genossenschaftlichen Propagandafeldzug.

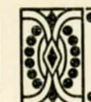
«The Co-operative Builder», das alle vierzehn Tage erscheinende Organ der «Northern States Cooperative League» (Genossenschaftsliga der nördlichen Staaten) der U. S. A. skizziert in seiner Ausgabe vom 19. September den folgenden allgemeinen Plan über einen genossenschaftlichen Propagandafeldzug. «Genaue Prüfung der Gesamtheit: Welche Schichten der Bevölkerung bieten die besten Aussichten auf Erfolg, oder welche Schichten bedürfen der Propaganda am notwendigsten. Aufnahme von Namen und Adressen der grösstmöglichen Zahl von Kunden und in Aussicht stehenden Mitgliedern, sorgfältige Aufzeichnung sachdienlicher Informationen; ob sie der Genossenschaft schon früher ihre Kundschaft zugewandt haben, ob sie Nachbarn gegenwärtiger Mitglieder sind, usw. Sämtliche Namen und Adressen sollten separat registriert werden, und auf jeder Karte sollten nützliche Auskünfte notiert werden, sowie gute «Besprechungspunkte», die Interesse finden dürften. Auf jeder Karte sollte auch genügend Raum gelassen werden, um das Ergebnis von Besuchen und die vorhandenen Aussichten notieren zu können. Mitglieder, die am Feldzug teilnehmen, sollten unterrichtet werden über das, was sie den einzelnen Personen, die sie zu besuchen haben, sagen sollen. Sie sollten ihnen die Zwecke der Genossenschaft erklären, sie unterrichten über alles, was die Genossenschaft geleistet hat, Aufschluss erteilen über die Vorteile der Mitgliedschaft und der Warendeckung im Konsumverein, die Qualität der Waren

und die Dienstleistung, wem der Laden gehört und wer ihn betreibt, wie die Genossenschaft durch die Grosseinkaufsgesellschaft und die Genossenschaftsliga mit anderen Genossenschaften zusammenarbeitet. Wenn abtrünnig gewordene Mitglieder besucht werden, sollte die Bedeutung der genossenschaftlichen Treue besonders betont werden; es sollte deutlich auseinandergelegt werden, wie jedes neue Mitglied die Betriebskosten vermindert, wie jeder Einkauf die Preise ermässigt und die Entwicklung und Leistungsfähigkeit der Genossenschaft fördert. Die Propagandisten werden dann paarweise bestimmt, sie erhalten die Karten mit den Namen und Adressen, welche der Ausschuss vorbereitet hat. Die Zuteilung einer grossen Zahl von Besuchen ist nicht wünschenswert; anfangs genügen drei oder vier, sie können dann um mehr Karten bitten. Zu einem bestimmten Datum versammeln sich die Propagandisten, reichen ihre Karten ein und erstatten Bericht.»

Wichtigkeit der Hausbesuche.

Ein Mitarbeiter des «Producer» äussert sich in interessanter Weise über die Wichtigkeit der Mitgliederbesuche. «Je grösser eine Genossenschaft wird», so schreibt er, «um so lockerer ist die Beziehung zwischen den Ausschüssen und den Mitgliedern; die alten Mitglieder werden allmählich vergessen, die jüngeren kommen niemals richtig in die Bewegung hinein oder werden mit den Methoden und den Funktionen der Genossenschaften niemals recht vertraut. Durch Werbung ist man imstande, Mitglieder und Ladenleiter in Verbindung zu bringen, die Ideale und Ziele des Genossenschaftswesens auseinanderzusetzen und im allgemeinen ein genossenschaftliches Bewusstsein zu entwickeln.»

«Der freie Genossenschafter», das alle 14 Tage erscheinende Blatt des österreichischen Genossenschaftsverbandes, betont ebenfalls denselben Punkt: «Jedes neue Lokal führt neue Menschen herbei», erklärt das Blatt in seiner Ausgabe vom 1. November, «und neue Menschen sind wertvollstes Werbematerial. Deshalb gibt es in Wien keine Veranstaltung, an der nicht Zettel ausgeteilt werden, auf denen gebeten wird, es sollen die Adressen aufgeschrieben werden; und auf diesem Weg werden tausende Adressen gesammelt, oft vollständig fremde Adressen, die dann in der Werbearbeit von Tür zu Tür Verwendung finden. Es ist nur dann ein grosser Erfolg zu erzielen, und eine dauernde Zunahme von Mitgliedern, wenn wir ständig Tag für Tag auch Hausbesuche durchführen und dadurch werben. Alle Werbewochen werden niemals diese regelmässige Werbung ersetzen, die gewiss in kleineren Orten nicht mit Regelmässigkeit durchgeführt werden kann, aber die doch der wesentliche Inhalt unserer Tätigkeit sein muss; vor allem auch, weil wir nur auf diese Weise die Mitglieder veranlassen können, ihren Bedarf restlos bei uns zu decken. Wer nur wirbt und nicht auch erzieht,» schliesst das Blatt, «der verliert bald das Interesse der Mitglieder und muss wieder von neuem werben. Wer nur erzieht, nur belehrt und nicht wirbt, der verliert vielleicht keine Mitglieder; er wird aber nur spärlich neue Mitglieder gewinnen, weil ihm die Kleinarbeit der Werbung fehlt. Wir müssen beide Methoden verwenden; alle Methoden dürfen aber niemals Selbstzweck sein, sie müssen immer nur einem höheren Zweck dienen, der Entwicklung der Konsumgenossenschaft.»




Bewegung des Auslandes

Grossbritannien.

Erziehungsplan der C. W. S. Die englische genossenschaftliche Grosseinkaufsgesellschaft hat einen Plan für Berufsausbildung für ihre 40,000 Angestellten ausgearbeitet, den sie bald in Anwendung bringen wird. Der Plan sieht zunächst die Organisation von berufsmässigen Vortragskursen in Manchester vor, in Newcastle und London, sowie die Ausdehnung dieser Gelegenheiten für andere Zentren, wo diese gewünscht werden; der Plan beabsichtigt, einen jeden C. W. S.-Angestellten zu animieren, sich mehr Wissen über die C. W. S., über deren Erzeugnisse und Diensteinrichtungen anzueignen; es sollen ihm Gelegenheiten geboten werden, das eine oder andere Werk oder neue Zentren zu besichtigen, die für ihn von Interesse sind. Die Vorträge, welche in den Büros der C. W. S. an verschiedenen Abenden von Abteilungsleitern oder anderen Angestellten erteilt werden, werden ausser verschiedenen technischen Fächern das Genossenschaftswesen, Geschäftssparsamkeit, Reklame, Verkäuferkunst und Fensterdekoration, das Finanz-, Versicherungs- und Transportwesen umfassen.

Deutschland.

Entwicklung direkter Beziehungen zwischen Konsum- und Landwirtschafts-Genossenschaften. Einem vor kurzem veröffentlichten Bericht zufolge belief sich der Gesamtwert der in 1930 von 252 unter 335 dem Zentralverband, Hamburg, berichtenden Konsumgenossenschaften von deutschen Landwirtschaftsgenossenschaften angekauften Agrarprodukte auf 11,722,588 Mark. Die Einkäufe an Agrarprodukten von einzelnen Farmern bei diesen Konsumgenossenschaften stellten sich auf 11,475,056 Mark. Diese Zahlen schliessen nicht die Ankäufe von Agrarprodukten mit ein, die durch die deutsche Grosseinkaufsgesellschaft getätigt wurden. Die Produkte umfassten Milch, Butter, Käse, Honig, Eier, Getreide aller Sorten, Kartoffeln, Fleisch, Gemüse und Obst. Die Konsumgenossenschaften, so heisst es in dem Bericht, drücken ohne Ausnahme ihre Zufriedenheit mit der Behandlung aus, die sie bei den Landwirtschaftsgenossenschaften erfuhren; viele Genossenschaften haben anderseits sich über die schlechte Qualität und die Unverlässlichkeit der Waren, die durch verschiedene Farmer geliefert werden, beklagt.

Frankreich.

Das 50-jährige Jubiläum des Genossenschaftsverbandes von Limoges. Am 21. und 22. November beging der Genossenschaftsverband von Limoges sein 50-jähriges Jubiläum mit einer eindrucksvollen Demonstration, an welcher sich alle Mitglieder des Zentralvorstandes der Nationalvereinigung der französischen Konsumgenossenschaften und zahlreiche Delegierte von französischen Genossenschaften beteiligten. Die Genossenschaft von Limoges wurde von J. P. Couty, einem Porzellanmaler, im Jahre 1881 gegründet. Sie hat jetzt 22,000 Mitglieder, das sind 75 % der Bevölkerung von Limoges. In ihrem ersten Jahre tätigte sie einen Um-

satz von 932 Fr., der sich inzwischen auf annähernd 60 Millionen Fr. erhöhte.

Die Arbeiterproduktivgenossenschaften und die Staatskontrakte. Die letzte Modifikation des Dekrets, demzufolge die Arbeiterproduktivgenossenschaften mit Staatskontrakten und Departementsarbeiten betraut werden (siehe Nachrichtendienst No. 13, 1931), verordnet, dass die öffentlichen Behörden, welche ein Minimum von 4 Kontrakten für Angebote offenstehen haben, einen unter je vier Kontrakten für die Arbeiterproduktivgenossenschaften reservieren sollen. Der Preis für den den Arbeiter-Produktivgenossenschaften zugestandenen Kontrakt wird den Durchschnitt der anderen drei unterbreiteten Angebote ausmachen. Genossenschaften haben ihre Forderung für den Kontrakt innerhalb einer bestimmten Frist einzureichen, und falls sie diesen einzuhalten versäumen, wird der Auftrag mit den anderen zum Angebot verteilt werden. Im Falle, dass mehrere Genossenschaften sich um denselben Auftrag bewerben, wird das Los entscheiden. Diese Massnahme ist ab 1. Oktober in Kraft.

Russland.

Die Konsumgenossenschaftsbewegung in den U. S. S. R. Ein neues Regierungsdekret.

Ein neues Regierungsdekret mit Bezug auf die Tätigkeit der Konsumgenossenschaftsbewegung in den U. S. S. R. ist vor kurzem vom Zentral-Exekutivkomitee der Sovietunion herausgegeben worden. Nachdem erklärt worden ist, dass die Arbeit der Genossenschaften alles andere als zufriedenstellend sei und dass die Verbraucher nicht richtig berücksichtigt würden und die Preise unmässig inflatiert seien, verordnet das Dekret eine Reduktion von 30 % in den jetzigen Kleinhandelspreisen der Waren sowie die Schaffung einer Anzahl aushilfsweiser Produktivunternehmen, die den Restaurants, Fabriken und Genossenschaften beigeordnet sind. Ferner regt das Dekret an, dass die Genossenschaften einen energischen Versuch machen sollten, um die Qualität ihrer Güter zu verbessern. Um die Leistungsfähigkeit des Personals der Genossenschaften zu erhöhen, schlägt das Dekret schliesslich vor, dass der Centrosojus eine grosse Anzahl Schulen eröffnen und Kurse zur Ausbildung der genossenschaftlichen Angestellten organisieren soll.

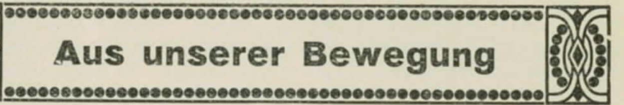
In seinem Bericht für die kürzlich stattgefundene Konferenz des Angestelltenverbandes genossenschaftlicher und staatlicher Läden diskutierte Herr I. A. Zelensky, der Präsident des Centrosojus, das letzte vom Zentral-Exekutivkomitee der Sowjetunion herausgegebene Dekret. Herr Zelensky erstattete den folgenden Bericht über die Massnahmen, welche der Centrosojus anzuwenden gedenkt, um den im Dekret enthaltenen Vorschlägen Wirkung zu verschaffen: Ein neues Netzwerk genossenschaftlicher Abgabestellen soll errichtet werden, um den nächstjährigen Umsatz um 7000 Millionen Rubel zu vermehren; während des letzten Quartals des Jahres 1931 und den ersten beiden Vierteljahren in 1932 sollen nicht weniger als 10,000 neue Abgabestellen und 50,000 ständige sowie fahrbare Gemüse-, Tabak- und Konfitürenstände in Betrieb gesetzt werden, ganz besonders in den neuerbauten Industriezentren. Ausserdem werden 20,000 Kleinläden zur Deckung der dringenden Bedürfnisse von 6 Millionen Wohnungnehmenden eröffnet. Was die Konsumgenossenschaftsbewegung in den ländlichen Distrikten anbelangt, soll ein besonderer Versuch gemacht werden, eine Reihe von Läden für den Verkauf von Tuchen, Schuhen und Konfektionswaren zu errichten. Jede Dorfgenossenschaft soll ihre eigene Teestube haben. Um die Güte der Waren zu verbessern, soll jeder einzelne Genossenschaftsbeamte für seine Arbeit volle Verantwortung tragen; ein gewisser festgelegter Standard für alle in den genossenschaftlichen Abgabestellen zur Verteilung gelangenden Waren ist ebenfalls einzuführen und eine Kampagne zur Verbesserung der Warenqualität zu organisieren, und zwar nach den weitmöglichsten sozialen und politischen Richtlinien. Der Centrosojus hat weiterhin einen Sonderausschuss ernannt, dessen Aufgabe es sein wird, die Durchführung einer 30-prozentigen Preisermässigung zu überwachen als wie auch im allgemeinen die Preise in den genossenschaftlichen Abgabestellen zu regulieren.

Italien.

Die Statuten des Verbandes E. N. C. werden durch königliches Dekret genehmigt. Die Statuten des italienischen Genossenschaftsverbandes (Ente Nazionale Fascista della Cooperazione) erhielten am 12. November die königliche Bewilligung. Laut § 1 der Statuten bezweckt der Verband u. a. das Studium genossenschaftlicher Angelegenheiten, die Erhebung von Statistiken und die allgemeine Ueberwachung der gesamten Bewegung. Die im Verband E. N. C. zentralisierte Genossenschaftsbewegung stellt keineswegs eine geschlossene Einheit im Wirtschaftsleben des Landes dar, sondern arbeitet in enger Verbindung mit den übrigen korporativen Organisationen Italiens. § 10 der Statuten bestimmt demzufolge, dass den verschiedenen Handelsvereinigungen, den nationalen Organisationen ehemaliger Kriegsteilnehmer und Kriegsinvaliden Vertretung im nationalen Genossenschaftsrat gewährt werde. Eine der wichtigsten Aufgaben dieses Verbandes ist die Bücherrevision der Genossenschaften.

Genossenschaftliche Unterstützung der Bewegung «Kauft italienische Waren». Die wachsende Bewegung zum Schutze des heimischen Marktes in Italien hat die Unterstützung des Genossenschaftsverbandes gefunden. Während vor kurzem in Rom abgehaltenen Sessionen fasste der Verbandsrat eine Empfehlung, dass italienische Genossenschaften sich weigern sollten, ausländische Waren zu kaufen, wenn italienische Güter derselben Qualität zum gleichen Preise zu haben sind. Auch wurde beschlossen, unter den Verbrauchern Propaganda zu treiben, um sie von den Vorteilen zu überzeugen, die sich aus der Bevorzugung italienischer Waren gegenüber ausländischen ergeben.

(Gen. Nachrdst.)

Flawil. Am 22. November 1931 hielt unser Konsumverein seine *Jahreshauptversammlung* ab. Wie letztes Jahr, so war auch diesmal der «Postsaal» voll besetzt. Ein deutlicher Beweis, dass dem Haupttraktandum: « Kauf der Ofnerschen Liegenschaft » allseits reges Interesse entgegengebracht wurde.

Nach einem kurzen Begrüssungswort schritt der Vorsitzende, Herr P. König, sofort zur Abwicklung der Traktandenliste.

Jahresbericht des Vorstandes, Jahresrechnung und Bericht der Rechnungskommission waren den Mitgliedern wie gewohnt gedruckt zugestellt worden. In einlässlicher Weise lässt der *Jahresbericht* die Geschehnisse des verflossenen Rechnungsjahres Revue passieren und weiss über einen zeitgemässeren Ausbau, namentlich des Depots an der Konsumstrasse, unsern Mitgliedern ein treffliches Bild vor Augen zu führen.

Laut *Jahresrechnung* erreichte unser Warenumsatz letztes Jahr den Betrag von Fr. 621,061.20. Er hat sich trotz Preissenkungen und der durch Krisis verursachten wirtschaftlichen Depression gegenüber dem Vorjahre um Fr. 21,503.59 vermehrt. Als erfreuliche Tatsache sei auch die Vermehrung des Warenbezuges beim V. S. K. um Fr. 61,661.56 registriert. Aus dem Rohertrag von Fr. 160,273.06 ergibt sich nach Abzug der Betriebskosten von Fr. 87,176.92 ein *Betriebsüberschuss* von Fr. 73,096.14.

Der Vorstand beantragte, den Betriebsüberschuss, zuzüglich Vortrag alter Rechnung von Fr. 2373.42, wie folgt zu verteilen:

Abschreibungen: Mobilien Fr. 810.—, Immobilien Fr. 4100.—; *Zuweisungen:* Reservefonds Fr. 1070.—, Invaliden- und Altersfonds (Rückst.) Fr. 1000.—, Rückstellung für Versicherung Fr. 2500.—, Gratifikation für das Personal Fr. 1200.—, 6% garantierter Rabatt (von Fr. 528,517.—) Fr. 31,711.02, 6% Rückschuss (von Fr. 528,517.—) Fr. 31,711.02, Vortrag auf neue Rechnung Fr. 1367.52, total Fr. 75,469.56.

Zur Jahresrechnung seien noch einige wenige Bemerkungen gestattet. Das Warenlager erfuhr eine Abschreibung von 52%, d. h. 1% mehr als im Vorjahre. Auf Manufakturwaren und Schuhe sind ausserordentliche Abschreibungen im Betrage von rund Fr. 10,000.— erfolgt.

Hinsichtlich des *Bäckereibetriebes* ist zu erwähnen, dass im Berichtsjahr 1271,47 q Mehl verbacken wurden. Dieser Geschäftszweig ergibt einen Reinertrag von Fr. 13,334.70. Trotz erhöhtem Mehlverbrauch wurde der Betrag des Vorjahres nicht erreicht. Die Ursache liegt in der beträchtlichen Senkung der Brotpreise, ist doch beispielsweise das 5-Pfundbrot innert wenig mehr als Jahresfrist von Fr. 1.16 auf 90 Rp. gesunken. Rechnet man hievon noch die 12% Rückschuss ab, so darf mit Recht behauptet werden, der Konsumverein sei der billigste Brotlieferant.

Jahresbericht, Jahresrechnung, Bericht und übliche *Anträge der Rechnungskommission,* sowie *Verteilungsplan* des Vorstandes fanden einhellige Genehmigung.

Wahlen. Die statutarisch in Ausstand tretenden *Vorstandsmitglieder:* die Herren J. Haltmann, W. Faessler, E. Lattmann und O. Forster, sowie Herr P. König als *Präsident,* wurden wieder für eine neue Amtsdauer bestätigt.

Von der *Rechnungskommission* kamen in statutarischen Ausstand und wurden ebenfalls bestätigt die Herren K. Bosshart, R. Erismann und J. Schrepfer.

Ankauf der Ofnerschen Liegenschaft an der Bachstrasse. In seinem ausführlichen Gutachten hat der Vorstand den dringend notwendigen Kauf dieser Liegenschaft den Mitgliedern wärmstens empfohlen, nachdem das Vorhaben, am bestehenden Gebäude an der Konsumstrasse einen Um- oder Anbau vorzunehmen, vereitelt worden war. Man war deshalb gespannt, welchen Verlauf die Sache, die bekanntermassen auch an Wirtstischen Gegenstand der Kritik gewesen war, nun an der Hauptversammlung nehmen werde. Zur allgemeinen Ueberraschung blieb jedoch die mit mathematischer Sicherheit erwartete Opposition aus. Zum Wort meldete sich einzig Herr W. Müller-Scherrer, der sich zum warmen Befürworter der Vorlage bekannte und den Vorstand zu dieser Lösung beglückwünschte. In der folgenden Abstimmung stimmte die Versammlung mit allen gegen eine Stimme den Anträgen des Vorstandes zu. Diesem überaus erfreulichen Beschlusse zufolge erhält der vom Vorstand provisorisch getätigte Kauf der Ofnerschen Liegenschaft zum Preise von Fr. 95,000.—, zwecks Errichtung eines neuen Verkaufsgeschäftes, Rechtskraft. Die einmütige Kundgebung seitens der Mitglieder wurde vom Vorsitzenden bestens verdankt.

Reglement für die Pensionskasse. In seiner Einleitung erinnerte E. Lattmann an die vor Jahresfrist in Sachen getroffenen Beschlüsse. Die Einführung der *Alters-, Invaliden- und Hinterlassenenversicherung,* sowie *Sparversicherung* für Nichtversicherungsfähige wurde an der letzten Hauptversammlung schon beschlossen. Die diesjährige Versammlung hatte nun über den vorliegenden Reglementsentwurf abzustimmen. Da letzterer in der Hauptsache die letztjährigen Beschlüsse und die Statuten der Versicherungsanstalt schweiz. Konsumvereine zur Grundlage hat, war eine ernstliche oder gar berechtigte Kritik zum voraus ausgeschlossen. Das die Vorlage erläuternde Vorstandsmitglied nahm Anlass, bei der Besprechung der unserm Personal zugute kommenden Versicherung auch auf die am 6. Dezember stattfindende eidgenössische Alters- und Hinterlassenenversicherung hinzuweisen, die er als Trägerin des Solidaritäts- und Genossenschaftsgedankens pries und eindringlich zur Annahme empfahl.

Hierauf wurde der Reglementsentwurf diskussionslos genehmigt.

Die *Umfrage* blieb unbenützt. Der Präsident schloss die in schönster Harmonie verlaufene Versammlung mit dem Appell an die Mitglieder, unserer Genossenschaft auch fernerhin die Treue zu bewahren. *-lm-*

Konsumverein Laufen. Das Geschäftsjahr 1930/31 war für unsere Genossenschaft wieder ein Jahr der inneren und äusseren Erstarkung. Wenn auch die Umsatzvermehrung nur 6% betrug, so ist dies angesichts der Aufhebung einer schlechtrentierenden Filiale, noch mehr aber wegen des stark zur Auswirkung kommenden Preisabbaues immerhin nennenswert. Ein Glück, dass die Industriekrise unser Wirtschaftsgebiet noch ziemlich verschont hat. Doch, ob direkt oder indirekt, darunter zu leiden haben unsere Mitglieder gleichwohl.

Im Laufe des Berichtsjahres wurden von seiten eines Interessenten im Dorf Brislach Anstrengungen gemacht, dass wir dort eine Filiale eröffnen sollten. Da der Vorschlag aber nicht gleichzeitig von den Mitgliedern in dieser Gemeinde unterstützt wurde, anderseits weil unsere Erfahrungen mit Filialen-Einrichten ohne die nötigen Sicherheiten für genügenden Umsatz und damit Rendite schon etwas bittere genannt werden dürfen, verzichteten wir auf die Filialgründung. Wohl sind wir uns der Pflicht bewusst, das Wirtschaftsgebiet richtig auszubauen; doch soll dieser Ausbau für uns nicht zum Bleigewicht werden. Wir müssen in dieser Hinsicht vorsichtig sein. Dagegen soll in der Zwischenzeit die Eröffnung von weitern Filialen da, wo eine sichere Rendite in Aussicht steht, geprüft werden. Nach unsern Erfahrungen ist dies nur da möglich, wo sich schon ein Stock treuer und tätiger Mitglieder befindet, die ihrerseits das Nötige zu Mitgliederwerbung und damit Sicherung des Umsatzes mithelfen.

Der Kalkulation wurde u. a. wegen der stets sinkenden Waren-Einstandspreise volle Aufmerksamkeit geschenkt.

Das Rabattkartensystem hat sich bei uns gut eingebürgert, und wohl kein Mitglied möchte mehr davon abgehen. Meistenteils werden die gefüllten Rabattkarten innert kurzer Frist eingelöst, und nur etwa 20% werden von den Mitgliedern für spätere Einlösung zurückgehalten. Der Mitgliederzuwachs ist im Berichtsjahr wieder stärker geworden, was nicht zum mindesten auch den erleichterten Eintrittsbedingungen zuzuschreiben ist. Wie wohl die meisten Verbandsvereine hatten auch wir mit der Erscheinung des Bargeldüberflusses zu kämpfen. Anlagen wurden, so gut als eben noch erreichbar, bei der Genossenchaftlichen Zentralbank gemacht. Unser Guthaben in Kontokorrent bei dieser Bank ist grösser als letztes Jahr. Grösser ist auch das Wertschriftenkonto, kleiner dagegen das Warenlager und das Liegenschaftskonto.

Die Höhe der Depositeneinlagen und der Anteilscheine sind beinahe unverändert, die Obligationen sind gekündet und kommen (bezw. sind schon) am 30. September 1931 zur Rückzahlung. Am Liegenschaftskonto kommen wieder Fr. 5439.45 zur Abschreibung, sodass dieses jetzt unter Brandassekuranz eingestellt ist. Dem Hauptfonds konnten Fr. 5000.— zugewiesen werden. Die übrigen Posten sind beinahe unverändert.

Die Generalversammlung vom 23. August genehmigte Bericht und Rechnung diskussionslos, nahm einen Vorschlag des Vorstandes, fürs «Genossenschaftliche Volksblatt» nur noch einen Franken pro Mitglied zu verrechnen, mit Vergnügen an, desgleichen auch eine kleine (wenn auch schon längst gewünschte) Statutenänderung, wonach die eingearbeiteten Rechnungsrevisoren nicht so rasch wie bis anhin, gewechselt werden müssen. Alle Wahlen fielen in bestätigendem Sinne aus, und so konnte diese Generalversammlung, die trotz des regnerischen Wetters recht gut besucht war, schon nach einstündiger Dauer geschlossen werden.

Ein *Wunsch,* den die Verbandsbehörden bei der seinerzeitigen Einführung der Rabattkarten hatten und dessen Erfüllung von unserm Reorganisator in Aussicht gestellt war, hat leider nicht verwirklicht werden können; es ist die Steuerfreiheit der Rabattkarte. Das bernische Steuergesetz ist unserer Konsumvereinsbewegung in dieser Hinsicht nun einmal ungünstig gesinnt, und alles Rekurrieren würde da vergeblich sein. Der Zukunft und dem Rechtsempfinden der bernischen Bürger bleibt es vorbehalten, ob bei einer nächstmaligen Steuergesetzrevision diese Härte uns gegenüber verschwinden soll. *G...r.*

Herzogenbuchsee. Schaufensterdekorations-Kurs. Sonntag, den 22. November 1931, fand im Hauptladen der Konsumgenossenschaft Herzogenbuchsee der vom Kreisverband III a organisierte Schaufensterdekorations-Kurs für die Genossenschaften des Oberaargaus unter Leitung von Frl. Anny Eichhorn statt. Die Beteiligung war eine ausserordentlich starke mit 46 Verkäuferinnen. Es war dies, um es gerade vorweg zu sagen, in bezug auf die praktische Arbeit, für die einzelnen eher ein Nachteil. Die wirkungs- und wertvolle Durchführung weiterer solcher Kurse ist deshalb ein Problem, das noch der

Lösung harrt, damit auch die aufopfernde Arbeit von Frl. Anny Eichhorn bessere Erfolge aufweisen kann.

Um 9 Uhr morgens begann der theoretische Teil des Kurses. Trotz der kurzen Zeit konnte man aus den interessanten Ausführungen der Kursleiterin sehr vieles lernen in bezug auf Farben-, Form- und Linienlehre. Sogar für frühere Freidorfschülerinnen war eine solche Repetition gar nicht vom Uebel! Die Referentin vergass auch nicht, auf vermehrte Berücksichtigung der Eigenmarke «Co-op» im Schaufenster hinzuweisen.

Kurz vor Mittag begann dann der praktische Kurs. Es war für diejenigen, welche sich die Mühe dazu gaben, sehr lehrreich, unter den geschickten Händen von Frl. Eichhorn zwei neuzeitliche, wirkungsvolle Schaufenster-Ausstattungen entstehen zu sehen. Nur war es, wie gesagt, schade, dass nicht alle dem Kurs ganz folgen konnten; doch hoffen wir, dass bald eine bessere Lösung gefunden wird.

Zum Schlusse möchten wir nicht unterlassen, der Kursleiterin, Frl. Anny Eichhorn, für ihre aufopfernde und hingebende Arbeit den wärmsten Dank auszusprechen. *M.*

Konsumverein Degersheim und Umgebung. Sonntag, den 13. Dezember, fand die öffentliche Versammlung mit einem Referat von Herrn Paul Altheer, aus Zürich, statt. Der grosse Saal zur Krone war voll besetzt. Die Gallerie war von den Kindern der obern Schulklassen ebenfalls bis auf den hintersten Platz gefüllt. Zur Eröffnung spielte das hiesige Handharmonika-Orchester unter der Direktion von Herrn Knupp, aus Dicken. Dann folgte ein Referat von Herrn Paul Altheer über die Entwicklung des Genossenschaftswesens im allgemeinen und in der Schweiz im besonderen. Anschliessend wurde der Film « Schuhfabrik Coop » vorgeführt, welcher wie das Referat sehr gute Aufnahme fand. Wiederum folgte ein kurzes Referat über das Ferienheim Weggis sowie über die Entstehung und den Betrieb des Freidorfes in Basel und daran anschliessend der Film vom Ferienheim Weggis mit einer Rigifahrt und dem Strandbad Weggis.

Heitere Gedichte von Herrn Altheer sowie der Film «Eine Hochzeit mit Hindernissen» neben einem andern kleinen Film brachten die Lachmuskeln der Anwesenden in Bewegung. Mit einem Appell an die Anwesenden, beim Einkauf der Waren das eigene Geschäft, den Konsumladen zu berücksichtigen, sowie überhaupt treu zur Genossenschaft zu halten, schloss der Vorsitzende die in allen Teilen schön verlaufene Veranstaltung. Er dankte dem Referenten für seine Darbietungen und gab der Hoffnung Ausdruck, dass es uns vergönnt sein möge, Herrn Altheer wieder einmal unter uns begrüssen zu dürfen. Zum Schluss spielte das Handharmonika-Orchester eine Anzahl Stücke. Willkommene Aufnahme fanden auch die Coop-Stumpen, die uns von der Fabrik für Reklamezwecke gratis zur Verfügung gestellt wurden, wie auch die Biskuits von der Anglo Swiss in Winterthur. Wir wollen hoffen, dass diese Veranstaltung dazu beitragen möge, den Genossenschaftsgedanken wieder etwas tiefer zu verankern und uns neue Freunde und Mitglieder zuzuführen. Dass das «Genossenschaftliche Volksblatt» von nun an fast sämtlichen Mitgliedern gratis zugestellt wird, soll auch wesentlich dazu beitragen, unsere Genossenschaft, trotz der harten wirtschaftlichen Krisis, vorwärts und aufwärts zu bringen.

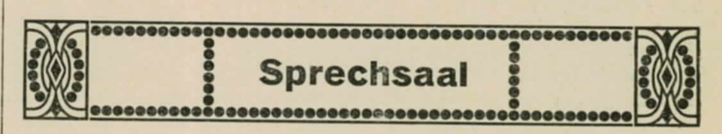
A. C. V. beider Basel. Ueber das Ergebnis der Erneuerungswahlen in den Genossenschaftsrat ist im «Schweiz. Konsum-Verein» bereits berichtet worden. Am 11. Dezember fand nun die *konstituierende Sitzung* des neugewählten Genossenschaftsrates statt, um die übrigen erforderlichen Wahlen für die Amtsperiode 1932—34 zu treffen. Dabei wurde das *Bureau* des Genossenschaftsrates wie folgt bestellt: Als Präsident J. Siegenthaler, als Vizepräsident B. Gutzwiller-Gschwind, als Beisitzer E. Diriwächter, A. Erb, E. Reinacher, E. Hänggi und H. Wirz.

Die Neubestellung des *Aufsichtsrates* erfolgte statutengemäss nach dem Grundsatz der Verhältniswahl, wobei nach dem Vorschlag der Vereinigten bürgerlichen Gruppen 17, von der Liste Arbeiterbund 9 und von der kommunistischen Liste 5 Kandidaten gewählt wurden. Dem Aufsichtsrate gehören nunmehr an: E. Arnold, Ch. Boss, P. Seiler, G. Essig, H. Hess, H. Kiefer, L. Klethi, A. Lareida, M. Monsch, Ch. Müller, J. Rickenbacher, Dr. O. Schär, J. Bohrer, A. Haerry, H. Itin, J. Stadelmann, M. Zgraggen, F. Gschwind, L. Roulet, J. Keck, J. Münch, K. Senn, A. Melzl, A. Grieshaber, K. Sutter, A. Baumgartner, M. Bodenmann, Frau Dübi, Frau Meili, K. Hirt, R. Neuenschwander.

Durch Verhältniswahl wurden auch die *Rechnungsrevisoren* bestimmt, und zwar 9 Vertreter der bürgerlichen Liste, 4 der Liste Arbeiterbund und 2 von der kommunistischen Liste.

Für die Ausrichtung der Entschädigung an die Behördenmitglieder genehmigte dann der Genossenschaftsrat einen Kredit in der bisherigen Höhe von Fr. 22,000.— per Jahr.

Zwischen den Wahlgängen wurde eine *Interpellation* Arnold-Schwarz (komm.) behandelt, die der Verwaltungskommission Verletzung der statutarischen Neutralität vorwirft, weil im «Genossenschaftlichen Volksblatt» Propaganda für Annahme des Gesetzes über die Altersversicherung und Tabakbesteuerung gemacht worden war. Gleichzeitig verlangte aber die Interpellation, dass sich der A. C. V. in die Front der Werktätigen einreihe, um gegen Kapitalisten und Lohnabbau zu kämpfen. Die Interpellation wurde von Zentralverwalter E. Angst beantwortet. Dieser wies darauf hin, dass formell für den Inhalt des «Gen. Volksblattes» der V. S. K. verantwortlich sei, dass aber die Verwaltungskommission des A. C. V. die Stellungnahme für die Lex Schulthess vollständig billige, da es sich um ein überpolitisches Versicherungswerk zugunsten unserer Alten, Witwen und Waisen handelte. Das Eingreifen in die Lohnkämpfe muss der A. C. V. ablehnen, da dies nicht in seinen Aufgabenkreis fällt und er mit der Organisierung der Kaufkraft Arbeit genug hat. Für sein eigenes Personal beabsichtige der A. C. V. keinen Lohnabbau. — Eine Diskussion wurde nicht verlangt, und so konnte schon um 9.15 Uhr das neue Genossenschaftsparlament seine erste Sitzung schliessen. *E. S.*



„Genossenschaftliches Volksblatt".

Es sollte eigentlich nicht mehr nötig sein, für das «Genossenschaftliche Volksblatt» eine Lanze zu brechen. Bei den Beratungen über die Statutenrevision wurde aber das Obligatorium dieses Blattes zum Teil wieder stark angefochten; man möchte auch hier die Freiheit vollständig wahren. Dies scheint mir nicht der richtige Weg zu sein. Mit Freuden konstatieren wir, dass das Niveau des «Genossenschaftlichen Volksblattes» in den letzten Jahren bedeutend gestiegen ist. Es ist nicht nur ein interessantes Fachblatt, sondern auch ein lebendiges Unterhaltungsblatt. Es ist umsichtig, vielseitig, interessant und belehrend, sodass man es gerne von Anfang bis zu Ende durchliest. Es entbehrt aber gerade jener erregenden Hast und jenes aufpeitschenden Tones, die heute in unserer schnellebigen Zeit fast allen Zeitungen eigen sind. Wie gerne greift auch der passionierte Zeitungsleser jede Woche zum «Genossenschaftlichen Volksblatte», freut sich am bunten Inhalte und liest all das Neue und Wissenswerte über die Genossenschaft und andere Gebiete des täglichen Lebens. Frauen, die früher das Blatt recht rasch zur Seite legten, greifen heute mit Freuden danach und lesen es nach des Tages Mühen, Sorgen und Widerwärtigkeiten durch bis zum Ende. Es ist gute geistige Kost, zwar einfach wie es sich geziemt, doch klar und leicht verständlich. Es bleibt etwas zurück, vor allem Freude und Zufriedenheit.

Vergessen wir aber auch nicht den grossen Wert und Vorteil der Inserate. Ich kenne Genossenschafter, die höchst unzufrieden sind, wenn das Blatt nicht ein Inserat aus der eigenen Genossenschaft bringt, trotzdem ihr Einkauf nur einen Weg weist, den geraden Weg, den rentabelsten, den zufriedensten Weg in den eigenen Konsumladen. Aber auch die Inserate der Schwestervereine werden jeweils studiert und Vergleiche gezogen. Dies regt an, führt vielleicht auch einmal zur Kritik in der eigenen Genossenschaft, was kein Unglück ist; denn, was gesund ist, darf auch Kritik nicht scheuen.

Nicht ohne Kampf, nicht ohne Kritik wurde seinerzeit in unserer jungen Genossenschaft das vierzehntägige Genossenschaftsblatt eingeführt. Kein Wunder, haben wir doch Mitglieder, die der deutschen Sprache nicht mächtig sind. Sozusagen schmerzlos war dann der Uebergang zur heutigen Ausgabe, als der Verband seine Presse vereinheitlichte. Wir haben sogar unsere Mitglieder zur Presseausgabe herangezogen. Es ging fast unvermerkt und ist seit einigen Jahren kritiklos in Kraft und hat noch nie zu Auseinandersetzungen geführt. Bei der Rückvergütung wird einem jeden Mitgliede ein Franken für das « Genossenschaftliche Volksblatt » abgezogen. Somit tragen alle an die grossen Kosten der Verbandspresse bei, der V. S. K., die Genossenschaft und das einzelne Mitglied. Also praktische Solidarität in schönster Harmonie. Es gäbe sicher noch viele, deren Fähigkeit sich ausserordentlich zur Mitarbeit am «Genossenschaftlichen Volksblatte» eignen würde. Sie sollen, sie müssen es tun. Für das «Genossenschaftliche Volksblatt» sei unsere Losung, und ist es einmal Lesestoff für alle schweizerischen Genossenschafter, natürlich in den drei sprachlichen getrennten Ausgaben, so ist wieder viel erreicht. Unser Kampf wird ja nicht kleiner, nicht unbedeutender. Wir aber führen ihn ehrlich. In der Verbandspresse wollen wir aber nicht nur Warenkäufer erziehen, sondern Genossenschafter und gute Menschen mit dem Ziele « Füreinander, miteinander ». Darum

vorwärts, aufwärts! Die Presse ist die grösste, die erfolgreichste Kanzel. Auch die Genossenschaft darf auf deren unheimliche Macht nicht verzichten, sondern sie muss sich ihrer bedienen. Die Verbandspresse tut dies in nobler und ruhiger Form, wenn nötig auch in energischer Weise, und dies mit grossem Recht. Ausbau der genossenschaftlichen Presse sei unsere Losung. Die Aufgabe ist dankbar. Form und Ton sind vorgezeichnet, der Weg ist gut und wird auch noch verbessert.

Zu teures Brot in der Ostschweiz.

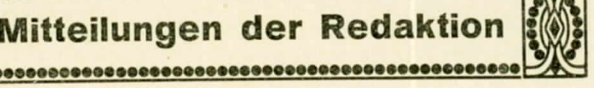
Diese Frage ist von so wichtiger Bedeutung, dass sie einer Aufklärung bedarf. Von jeher hatte die Ostschweiz immer höhere Brotpreise gegenüber anderen Gebieten, ohne dass dabei die Behauptung aufgestellt werden kann, sie seien offensichtlich übersetzt. Das St. Gallerbrot verlangt eine sorgfältigere Verarbeitung des Teiges und einen längeren Arbeitsprozess, um ein gutes und gleichmässiges Brot herauszubringen; zudem ist auch die Ausbeute des Mehles eine bedeutend geringere. Dies alles wirkt ganz natürlich verteuernd auf das Produkt. Wenn man im Getreidegesetz — wie die Antwort des Bundesrates deutlich lautet — verschärfte Konsumentenschutzbestimmungen verankern will, um so willkürlich den Brotpreis zu diktieren, so gefährdet man damit die Existenzmöglichkeit der Bäckereibetriebe in der Ostschweiz.

Den grösseren Familien schafft man ja die Möglichkeit einer Verbilligung des Brotes, und zwar mit dem 2½-Kilo-Laib, der beispielsweise bei der Allgem. Konsumgenossenschaft Rorschach 85 Cts. beträgt; rechnet man die letztjährige Rückvergütung von 10 % ab, so kommt das Kilo Brot auf netto 30,6 Cts. zu stehen. Beim Privatbäcker bezahlt man für das gleiche Brot 87 Cts., erhält aber nur 5%. Also bietet die Genossenschaft den Konsumenten grössere Vorteile; leider scheint man dies nicht einzusehen. Und doch nimmt auffallenderweise der Konsum an Kleinbroten zu, wofür ein erhöhter Preis nur gerechtfertigt ist. Die grösseren Familien haben es ja selbst in der Hand, sich den billigen Brotpreis zu Nutze zu ziehen, indem sie den 2½-Kilo-Laib kaufen. Gelegenheit für ein noch billigeres Brot wird den Konsumenten ebenfalls durch die Genossenschaft geboten, nämlich beim Hausbrot, bei dem der Kilo-Laib 36 Cts. kostet, der nach Abzug einer zehnprozentigen Rückvergütung noch auf 32,4 Cts. zu stehen kommt.

Zu den billigen Brotpreisen in anderen Gebieten ist zu sagen, dass sie teilweise «verhunzt» und derart reduziert wurden, dass die betreffenden Bäckereien bei reiner Brotfabrikation kaum mehr existieren können. Man erholt sich halt bei der Herstellung von Kleingebäck (Konditoreiartikel). Die Herstellung dieser Brote ist in der Regel eine viel einfachere und verlangt nicht den grossen Arbeitsprozess und die sorgfältige Teigbereitung, wie es das St. Gallerbot erfordert. Auch die Ausbeute ist eine wesentlich grössere; sie ergibt bei 100 Kilo Mehl im Minimum 150 Kilo Brot, was sich zugunsten des Preises auswirken muss, während das St. Gallerbrot nur eine Ausbeute von etwa 138 Kilo bringt.

Auf dem Platze Rorschach sucht man sich bei Preisänderungen zu verständigen. Die Allgem. Konsumgenossenschaft Rorschach und die Privatbäcker — den 2½-Kilo-Laib ausgenommen — haben die gleichen Preise, mit dem Unterschied, dass die Genossenschaft auf das Brot die volle Rückvergütung (im letzten Geschäftsjahr 10 %) ausrichtet, während die Bäcker — bessere Belehrung vorbehalten — nur 5 % geben. Also wirkt die Genossenschaft wiederum preisverbilligend.

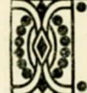
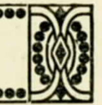
Diese Aufklärung dürfte dazu beitragen, dass die Brotpreise in der Ostschweiz nicht als offensichtlich übersetzt gelten dürfen. Wn., Rorschach.

Mitteilungen der Redaktion

Auch im neuen Jahre

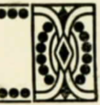
wünschen wir allen geschätzten Lesern und Mitarbeitern stets das Beste. Mögen sie alle durch ihr Interesse und ihre treue Mitarbeit dazu beitragen, dass der «Schweiz. Konsum-Verein» auch in Zukunft das bleibt, was er sein will: Ein Berater und Wegweiser, ein Helfer und Diener der Wahrheit, ein Kämpfer für eine gute und gerechte Wirtschaftsordnung, ein Führer zur genossenschaftlichen Gemeinwirtschaft.

Bibliographie

Anders Oerne: Demokrati, tankar om den folkliga självstyrelsens innebörd, värde och framtid. (Demokratie, Gedanken über das Wesen, den Wert und die Zukunft des Selbstbestimmungsrechtes des Volkes.) Nr. 1 der Kleinschriften des schwedischen Genossenschaftsverbandes.

Mit dieser Schrift eröffnet der rührige Buchverlag des schwedischen Genossenschaftsverbandes eine Serie von Veröffentlichungen kleineren Umfanges. Es ist nicht zufällig, dass an der Spitze dieser Veröffentlichungen eine Arbeit über Demokratie steht, ist doch die Demokratie auch für das Genossenschaftswesen von grundlegender Bedeutung. Dass der Verfasser bei aller Betonung der Schwächen, die, wie alles Menschenwerk, auch die Demokratie aufweist, dennoch zu einer vollen Bejahung des Gedankens der Demokratie kommt, kann angesichts der Person des Verfassers und seiner Stellung innerhalb der schwedischen Genossenschaftsbewegung keinem Zweifel unterliegen. Hinsichtlich der Neigung der Menschheit von heute zur Diktatur ist der Verfasser der Ansicht, dass sie sehr wohl noch eine Verstärkung erfahren könne, dass aber letztendlich die Völker, die einmal die Demokratie kannten und die innere Reife für eine demokratische Verfassung besässen, über kurz oder lang doch wieder zur Demokratie zurückkehren würden, sobald sie einmal die Früchte der Diktatur zur Genüge gekostet hätten.

Verbandsnachrichten

Aus den Verhandlungen der Sitzung der Verwaltungskommission vom 22., 24. und 26. Dezember 1931.

1. Den Verbandsvereinen Bonfol und Uster werden zu ihrem Jubiläum des 25jährigen Bestehens Glückwunschschreiben zugesandt.

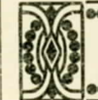
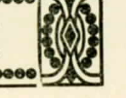
2. Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) ist vom Konsumverein Turgi-Untersiggenthal und Umgebung in Turgi ein Betrag von Fr. 150.— überwiesen worden, der hiermit bestens verdankt wird.

Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) sind überwiesen worden:

Von der Société Coopérative d'Ajoie Porrentruy Fr. 200.—
Von der Société coop. de consommation Charrat Fr. 50.—
Von A. und W. K.-F. » 100.—
Von F. F.-Z. » 200.—

Diese Zuwendungen werden hiermit bestens verdankt.

Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) sind von Herrn R. Villiger, Basel, Fr. 100.— überwiesen worden, die hiermit bestens verdankt werden.

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt

Angebot.

Verheirateter, tüchtiger, in beiden Fächern absolut selbständiger, 25jähriger Bäcker-Konditor sucht auf 1. oder 15. Januar 1932 Stelle in Konsumbäckerei. Offerten unter Chiffre M. G. 178 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Redaktionsschluss: 31. Dezember 1931.

Buchdruckerei des Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel